

UJI KOMPARASI KONSUMEN PENGGUNA HANDPHONE BERBASIS
ANDROID PADA PERBEDAAN PERSEPSI ATRIBUT PRODUK
YANG MENGGUNAKAN HANDPHONE MEREK SAMSUNG
DENGAN HANDPHONE MEREK SONY
(Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Pembangunan Nasional
“Veteran” Jawa Timur)

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan memperoleh gelar sarjana
Ilmu Administrasi Bisnis Pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
UPN “Veteran” Jawa Timur



Oleh :

NANI WIJAYANTI
1042010018

YAYASAN KESEJAHTERAAN PENDIDIKAN DAN PERUMAHAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI BISNIS
SURABAYA
2014

UJI KOMPARASI KONSUMEN PENGGUNA HANDPHONE BERBASIS
ANDROID PADA PERBEDAAN PERSEPSI ATRIBUT PRODUK
YANG MENGGUNAKAN HANDPHONE MEREK SAMSUNG
DENGAN HANDPHONE MEREK SONY
(Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Pembangunan Nasional “Veteran”
Jawa Timur)

Disusun Oleh :

NANI WIJAYANTI
NPM 1042010018

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,

Pembimbing Utama

Dr. Jojok D, S. Sos, M. Si
NPT.370119500421

Mengetahui,

DEKAN

Dra. Hj. Suparwati, M. Si
NIP.195507181983022001

UJI KOMPARASI KONSUMEN PENGGUNA HANDPHONE BERBASIS ANDROID
PADA PERBEDAAN PERSEPSI ATRIBUT PRODUK
YANG MENGGUNAKAN HANDPHONE MEREK SAMSUNG
DENGAN HANDPHONE MEREK SONY
(Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur)

Disusun Oleh :

Nani Wijayanti
NPM. 1042010018

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
Pada tanggal, 18 Juli 2014

Menyetujui,

Pembimbing

Tim Penguji :

1. Ketua

Dr. Jojok.D.,S.sos.,M.si
NPT.370119500421

Dr. Jojok. D. S.Sos. M.Si
NPT.370119500421

2. Sekretaris

Dra. Sonja Andarini.M.Si
NIP.196503261993092001

3. Anggota

RY.Rusdianto. S.Sos. M.Si
NPT. 372069500461

Mengetahui,
DEKAN

Dra. Hj. Suparwati..M.Si
NIP. 195507181983022001

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena dengan pertolonganNya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Uji Komparasi Konsumen Pengguna Handphone Berbasis Android Pada Perbedaan Persepsi Atribut Produk Yang Menggunakan Handphone Merek Samsung dengan Handphone Merek Sony (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur)”.

Hasil penulisan Propsal ini dapat terselesaikan karena tidak lepas dari bimbingan pengarahan, petunjuk, dan bantuan dari dosen pembimbing penulis yaitu bapak Dr.Jojok D,S.Sos., M.Si. Yang dengan sabar dan rela meluangkan waktu untuk penulis, oleh karena itu penulis tidak lupa untuk menyampaikan terimakasih kepada beliau. Selain itu, penulis juga ingin mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah membantu dalam penyelesaian proposal ini :

1. Ibu Hj Suparwati, Dra. M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” JawaTimur.
2. Ibu Lia Nirawati, Dra. M.Si, selaku ketua program studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

3. Ibu Siti Ning Farida, Dra. M.Si, selaku sekretaris program studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Bapak dan Ibu dosen program studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
5. Orang tua penulis tercinta atas segala doa, dorongan dan semangat sehingga penulis bisa menyelesaikan laporan magang ini dengan semangat dan keyakinan.
6. Teman-teman program Administrasi Bisnis khususnya angkatan 2010, terimakasih atas doa dan dukungannya.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari banyak kekurangan baik dari segi teknis maupun dalam segi penyusunannya. Untuk itu, penulis senantiasa bersedia dan terbuka dalam menerima saran dan kritik yang bersifat membangun.

Surabaya, Juli 2014

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
ABSTRAKSI	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
2.1 Penelitian Terdahulu	6
2.2 Landasan Teori	7
2.2.1 Pengertian Pemasaran	7
2.2.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran	9
2.2.1.2 Bauran Pemasaran	10
2.2.2 Pengertian Produk	12

2.2.2.1 Klasifikasi Produk	13
2.2.2.2 Diferensiasi Produk	14
2.2.2.3 Atribut Produk	15
2.2.2.4.1 Unsur – Unsur Atribut Produk.....	20
2.2.3 Pengertian Perilaku Konsumen	26
2.2.3.1 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen ..	26
2.2.3.2 Keputusan Pembelian	32
2.2.3.2.1 Pengertian Keputusan Pembelian	32
2.2.3.3 Macam-Macam Situasi Pembelian	33
2.2.3.4 Proses Pengambilan Keputusan Konsumen	34
2.2.3.5 Tipe-Tipe Pengambilan Keputusan Konsumen	35
2.2.4 Konsep Persepsi	36
2.2.4.1 Pengertian Persepsi	36
2.2.4.2 Pembentukan Persepsi dan Faktor – Faktor yang Mempengaruhi	40
2.3 Kerangka Berfikir	44
2.4 Hipotesis	46
 BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran Variabel.....	47
3.1.1 Definisi Operasional Variabel	47
3.1.2 Pengukuran Variabel	49
3.2 Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel	49

3.2.1	Populasi	49
3.2.2	Sampel	49
3.2.3	Teknik Penarikan Sampel	51
3.3	Teknik Pengumpulan Data	51
3.3.1	Sumber Data	51
3.3.2	Jenis Data	51
3.3.3	Pengumpulan Data	52
3.4	Teknik Analisa dan Uji Hipotesa	52
3.4.1	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	52
3.4.2	Analisis Data	54
3.4.3	Uji Hipotesis	55
 BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		
4.1	Gambaran Umum Perusahaan	56
4.1.1	Sejarah Handphone Samsung	56
4.1.2	Visi dan Misi Samsung Elektronik	57
4.1.3	Sejarah Handphone Sony	58
4.1.4	Visi dan Misi Perusahaan Sony	60
4.2	Deskripsi Data Penelitian	60
4.2.1	Deskripsi Identitas Responden	61
4.3	Deskripsi Jawaban Responden handphone Samsung	62
4.3.1	Atribut Produk	62
4.3.2	Merek Produk	63

4.4 Deskripsi Jawaban Responden Handphone Sony	64
4.4.1 Atribut Produk	64
4.4.2 Merek Produk	65
4.5 Uji Validitas dan Reliabilitas	66
4.5.1 Uji Validitas	66
4.5.2 Uji reliabilitas	68
4.6 Pengujian Hipotesis Uji Beda	70
4.6.1 Uji Paired Sampel t Test	70
4.6.2 Paired Sampel t Test Atribut Produk	70
4.6.3 Paired Sampel t Test Merek Produk	72
4.7 Pembahasan	74
4.7.1 Atribut Produk	74
4.7.2 Merek Produk	74
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	76
5.2 Saran	76
 DAFTAR PUSTAKA	
 LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Penjualan Handphone Samsung dan Sony Di Indonesia	
2013	2
Tabel 1.2 Penjualan Handphone Samsung S4 dan Sony Xperia Z1	
Di Indonesia 2013	3
Tabel 4.1 Deskripsi Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	61
Tabel 4.2 Deskripsi Identitas Responden Berdasarkan Umur	62
Tabel 4.3 Deskripsi Jawaban Responden Mengenai Atribut Produk	
Handphone Samsung	63
Tabel 4.4 Deskripsi Jawaban Responden Mengenai Merek Produk Handphone	
Samsung	64
Tabel 4.5 Deskripsi Jawaban Responden Mengenai Atribut Produk Handphone	
Sony	65
Tabel 4.6 Deskripsi Jawaban Responden Mengenai Merek Handphone	
Sony	66
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Kuisisioner Handphone Samsung	67
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Kuisisioner Handphone Sony	68
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas Kuisisioner Handphone Samsung	69
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas Kuisisioner Handphone Sony.....	69
Tabel 4.11 Hasil Paired Sampel t Test Atribut Produk	71
Tabel 4.12 Hasil Paired Sampel t Test Merek Produk.....	72

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Proses Pengambilan Keputusan Konsumen	34
Gambar 2.2 Kerangka Berpikir	45

UJI KOMPARASI KONSUMEN PENGGUNA HANDPHONE BERBASIS
ANDROID PADA PERBEDAAN PERSEPSI ATRIBUT PRODUK
YANG MENGGUNAKAN HANDPHONE MEREK SAMSUNG
DENGAN HANDPHONE MEREK SONY
(Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Pembangunan Nasional
“Veteran” Jawa Timur)

Oleh :

NANI WIJAYANTI
NPM. 1042010018

ABSTRACT

In an age-based technologies such as today, almost everyone has a mobile phone as a means to communicate. That is because the character that can be taken anywhere to support their daily activities. In addition to functioning as a means of telecommunication, mobile phones today are also equipped with various features and facilities which make it become more and more useful and interesting. The research aimed to determine differences in consumer perception of product attributes on android based mobile phone users.

This study uses quantitative methods to the type of comparative research. Population and samples used in this study were students at the Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur. Assessment phones differences measured using a Likert scale questionnaire was distributed to 100 respondents who had used the mobile phone of Samsung and Sony. The variables used to measure mobile products is an indicator variable product attributes such as features, design, and quality as well as an indicator variable with a brand brand brand memorable and familiar.

The results of this study showed that there was no significant difference in the variable product attributes. This is because both products have the same attributes of product features, design, quality is not much different. As for the brand of the product is not a significant difference. This is because the two products both have a well-known brand in the community and have a familiar brand.

Keywords: Test Comparison, Product Attributes, Product Brands

**UJI KOMPARASI KONSUMEN PENGGUNA HANDPHONE BERBASIS
ANDROID PADA PERBEDAAN PERSEPSI ATRIBUT PRODUK
YANG MENGGUNAKAN HANDPHONE MEREK SAMSUNG
DENGAN HANDPHONE MEREK SONY
(Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Pembangunan Nasional
“Veteran” Jawa Timur)**

Oleh :

NANI WIJAYANTI
NPM. 1042010018

ABSTRAKSI

Di zaman berbasis teknologi seperti saat ini, hampir semua orang memiliki handphone sebagai sarana untuk berkomunikasi. Hal tersebut dikarenakan sifatnya yang dapat dibawa kemana-mana untuk mendukung aktivitas sehari-hari. Selain berfungsi sebagai alat telekomunikasi, handphone pada saat ini juga dilengkapi dengan berbagai fitur-fitur dan fasilitas yang menjadikannya menjadi semakin bermanfaat dan menarik. Adapun tujuan penelitian untuk mengetahui perbedaan persepsi atribut produk pada konsumen pengguna handphone berbasis android.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan jenis komparatif. Populasi dan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur. Penilaian perbedaan handphone diukur dengan skala likert dengan menggunakan kuesioner yang disebar pada 100 responden yang pernah menggunakan handphone Samsung dan handphone Sony. Variabel yang digunakan untuk mengukur produk handphone adalah variabel atribut produk dengan indikator berupa fitur, desain, dan kualitas serta variabel merek produk dengan indikator berupa merek yang mudah diingat dan merek yang sudah familiar.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan yang signifikan pada variabel atribut produk. Hal ini dikarenakan kedua produk sama-sama memiliki atribut produk dari fitur, desain, kualitas yang tidak jauh berbeda. Sedangkan untuk merek produk tidak terdapat perbedaan yang signifikan. Hal ini dikarenakan kedua produk sama-sama mempunyai merek yang cukup dikenal dimasyarakat dan mempunyai merek yang sudah familiar.

Kata Kunci : Uji Komparasi, Atribut Produk, Merek Produk

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di zaman berbasis teknologi seperti saat ini, hampir semua orang memiliki handphone sebagai sarana untuk berkomunikasi. Hal tersebut dikarenakan sifatnya yang dapat dibawa kemana-mana untuk mendukung aktivitas sehari-hari. Selain berfungsi sebagai alat telekomunikasi, handphone pada saat ini juga dilengkapi dengan berbagai fitur-fitur dan fasilitas yang menjadikannya menjadi semakin bermanfaat dan menarik.

Dari keseluruhan jumlah pengguna handphone di Indonesia, segmen yang paling dibidik di Indonesia adalah golongan anak muda. Saat ini merek handphone yang terdapat di pasar Indonesia antara lain : Samsung, Sony, Smartfren, Blackberry, Aple, Sony, Nokia, Oppo, Mito, dll. Dimana setiap merek handphone ini menawarkan seri dan model yang sangat bervariasi.

Saat ini masyarakat Indonesia dalam menggunakan handphonenya tidak hanya untuk kepentingan telfon dan sms saja. Kebutuhan tambahan dalam penggunaan handphone adalah pemakaian internet. Sehingga saat ini masyarakat cenderung untuk memilih handphone yang dilengkapi dengan fasilitas internet untuk menunjang aktifitas mereka sehari – sehari. Sehingga terjadi pergeseran pola hidup masyarakat yang dari awalnya

handphone digunakan untuk telfon dan sms saja maka sekarang ditambah dengan adanya internet.

Pemasaran handphone di Indonesia saat ini mengalami peningkatan karena masuknya handphone dengan sistem android. kelebihan yang dimiliki Android membuat masyarakat di Indonesia memiliki pilihan baru dalam pemilihan gadget dalam mendukung rutinitas sehari-hari. Kemudahan dalam mengunduh berbagai aplikasi membuat para pengguna android dimudahkan dalam pemilihan berbagai macam aplikasi dengan bebas biaya unduh.

Tabel 1.1

Penjualan Handphone Samsung dan Sony Di Indonesia 2013

NO	Merek Handphone	Jumlah Unit
1	Samsung	1137664
2	Sony	581000

Sumber : Indonesia Data Center

Melihat tabel 1.1 penjualan handphone Samsung dan Sony di Indonesia yang sangat baik hal ini menunjukkan bahwa konsumen mulai tertarik dengan produk handphone dengan sistem android yang lebih mudah dalam pengoperasiannya. Handphone android sendiri saat ini sedang naik daun karena dalam penggunaan sehari – hari sangat mudah dan banyak aplikasi yang bisa diunduh secara gratis.

Tabel 1.2

Penjualan Handphone Samsung S4 dan Sony Xperia Z1 Di Indonesia 2013

NO	Merek Handphone	Harga	Jumlah Unit
1	Samsung S4	Rp 5.999.000	103424
2	Sony Xperia Z1	Rp 6.149.000	83000

Sumber : Indonesia Data Center

Melihat tabel 1.2 penjualan handphone Samsung S4 dan Sony Xperia Z1 yang memiliki spesifikasi yang hampir sama maka dapat dilihat bahwa pengguna handphone tersebut cukup diminati di Indonesia walaupun masing – masing produk memiliki kelebihan dan kekurangan masing – masing.

Di kalangan anak muda sendiri android sudah menjadi bagian dari hidupnya karena android menawarkan berbagai macam aplikasi yang dapat menunjang aktifitas mereka sehari – hari seperti sosial media (bbm, instagram, path, line, whatsapp, dll). Android juga menawarkan berbagai macam aplikasi selain sosial media. Ada berbagai macam aplikasi, permainan dan buku yang semua dapat di unduh di play store. Dan dengan beragamnya aplikasi yang ditawarkan maka tidak salah kalau android mendapatkan tempat di hati konsumen Indonesia yang suka akan hal yang dapat membantu kehidupan mereka sehari – hari.

Dari data pengguna handphone diatas penulis memutuskan untuk mengamati handphone Samsung dan Sony yang merupakan dua merek handphone yang banyak digunakan oleh Mahasiswa Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur. Dan kedua merek tersebut saat ini saling berlomba untuk menciptakan inovasi terbaru agar tetap bertahan di dalam pasar dan tidak dikalahkan oleh merek baru yang bermunculan saat ini. Selain itu handphone Samsung dan Sony merupakan salah satu merek handphone yang bersaing untuk kalangan menengah keatas. Kedua produk handphone ini sangat mudah dijumpai di Counter handphone di seluruh Indonesia, karena kedua produk ini sedang diminati oleh konsumen di Indonesia. Tentunya dari kedua merek handphone tersebut ada perbedaan kelebihan dan kekurangan terhadap fitur sehingga konsumen cenderung memilih salah satu produk dari merek tersebut untuk digunakan.

Berdasarkan uraian tersebut, maka penulis tertarik untuk mengadakan suatu penelitian mengenai persepsi konsumen terkait dengan atribut produk handphone berbasis android antara (Samsung dan Sony) yang diberi judul “Uji Komparasi Konsumen Pengguna Handphone Berbasis Android Pada Perbedaan Persepsi Atribut Produk Yang Menggunakan Handphone Merek Samsung dengan Handphone Merek Sony (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur)”.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan diatas, maka permasalahan yang akan diangkat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut

“Apakah terdapat perbedaan persepsi atribut produk pada konsumen pengguna handphone berbasis android ?”

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas dapat disusun tujuan penelitian untuk mengetahui perbedaan persepsi atribut produk pada konsumen pengguna handphone berbasis android.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat bagi beberapa pihak, antara lain :

- a. Menjadi bahan masukan maupun bahan pertimbangan bagi produsen Handphone Berbasis Android (terutama yang terkait dengan persepsi atribut produk yang menggunakan handphone merek Samsung dan merek Sony).
- b. Dapat dijadikan sebagai bahan referensi dan pembanding untuk penulisan berikutnya khususnya dalam hal yang berkaitan dengan Uji Komparasi Konsumen Pengguna Handphone Berbasis Android (Perbedaan Persepsi Atribut Produk yang Menggunakan Handphone Merek Samsung dan Merek Sony).

